

MAKNA PRAANGGAPAN PADA HEADLINE IKLAN MAJALAH NON-NO EDISI AGUSTUS 2010

QORIYATUN NISSA

*Program Studi Sastra Jepang - S1, Fakultas Ilmu Budaya,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 312201200418@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

MAKNA PRAANGGAPAN EKSISTENSIAL PADA HEADLINE IKLAN MAJALAH NON-NO EDISI AGUSTUS 2010

Qoriyatun Nissa, NIM : C12.2012.00418, 59 halaman isi, 2 halaman daftar pustaka
Semarang : Progam Studi Sastra Jepang, Universitas Dian Nuswantoro

Kata Kunci : praanggapan, pragmatik, pengetahuan bersama, konteks situasi, partisipan

Skripsi ini membahas makna praanggapan eksistensial dalam headline iklan majalah non-no edisi agustus 2010. Tujuan penelitian ini mengetahui makna dari praanggapan dan mengkatagorisasikan jenis-jenis praanggapan yaitu praanggapan eksistensial, praanggapan faktual, praanggapan non faktual, praanggapan struktural, praanggapan leksikal, dan praanggapan dengan fakta berlawanan. Penelitian ini menggunakan sumber data majalah non-no edisi agustus 2010 dengan menggunakan paradigma kualitatif. Jenis-jenis praanggapan dibahas berdasarkan teori Yule dan kaitanya dengan pengetahuan bersama, situasi dan partisipan. Hasil penelitian yang berupa analisis deskriptif menyimpulkan bahwa dalam kelimabelas data yang dianalisis, hanya muncul satu praanggapan saja, yaitu praanggapan eksistensial. Praanggapan eksistensial menyatakan sebuah keberaandaan produk iklan yang akan ditawarkan ke pembaca agar pembaca mengetahui produk tersebut

Kata Kunci : praanggapan, pragmatik, pengetahuan bersama, konteks situasi, partisipan

**THE MEANING OF EXISTENTIAL PRESUPPOSITION IN THE
ADVERTISING HEADLINES OF NON-NO MAGAZINES AUGUST 2010
EDITION**

QORIYATUN NISSA

*Program Studi Sastra Jepang - S1, Fakultas Ilmu Budaya,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 312201200418@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

THE MEANING OF EXISTENTIAL PRESUPPOSITION IN THE ADVERTISING HEADLINES OF NONO-NO
MAGAZINES AUGUST 2010 EDITION

Qoriyatun Nissa, NIM : C12.2012.00418, 59 pages of content, 2 pages of bibliography
Semarang : Japanese Study Program, Dian Nuswantoro University

Keyword : presupposition, pragmatic, shared knowledge, context of situation, participants

This study discusses the meaning of existential presupposition in the advertising headlines of NON-NO magazine, August 2010 edition. It aims to find out the meaning of presupposition and to categorize them into several categories, i.e. existential presupposition, factual presupposition, non factual presupposition, structural presupposition, lexical presupposition, and fact the opposite presupposition. This research analyzes the data qualitatively. Based on Yule's theory in relation to the shared knowledge, situation and participants. The result shows that there is only one type of preposition occurs in the data, i.e. existential preposition. It implies the existence of the product being advertised to the reader. Existential presupposition shows an existence of product advertisement offered to reader and makes them know it.

Keyword : presupposition, pragmatic, shared knowledge, context of situation, participants